

A CHI VENDO?

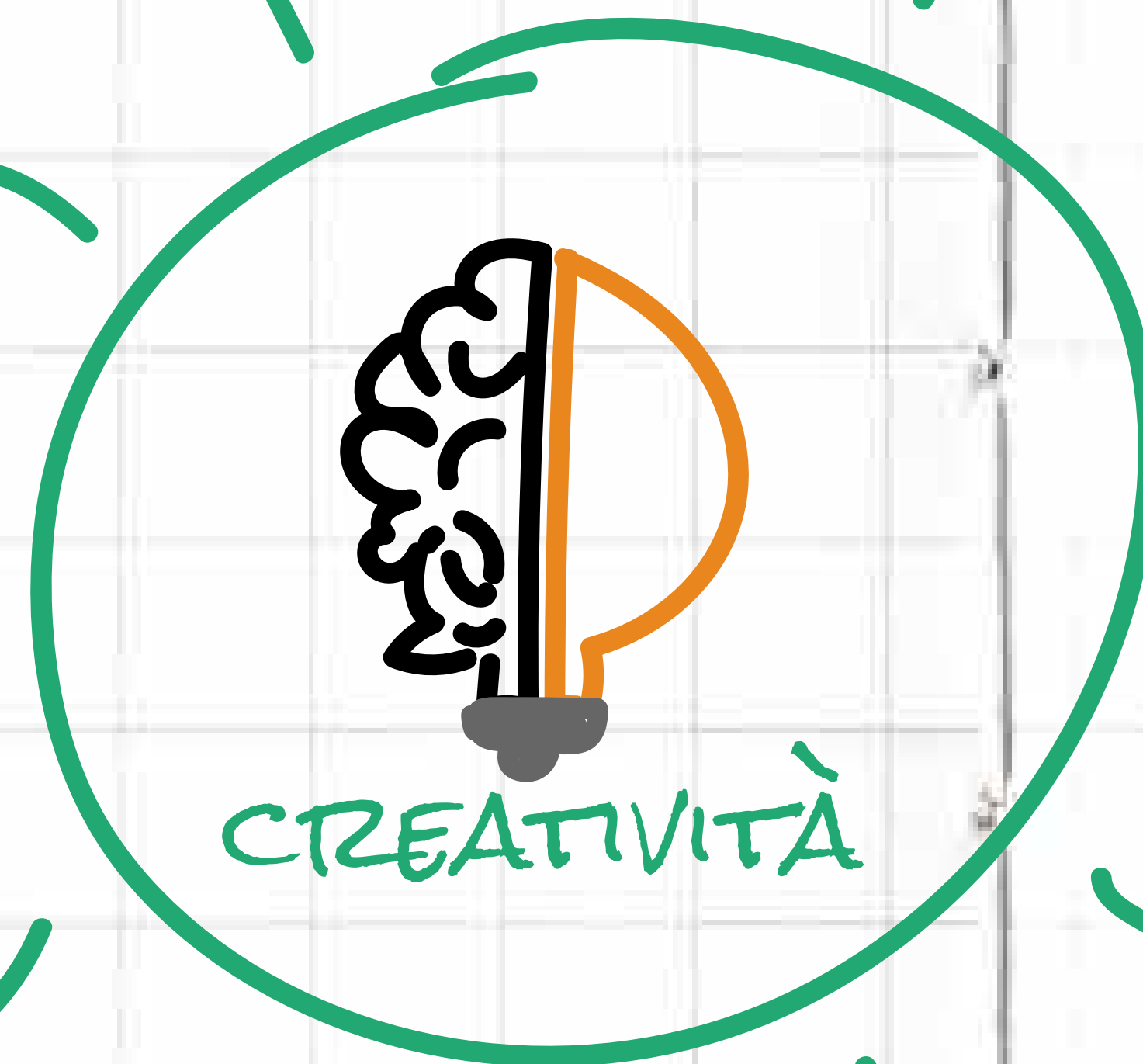
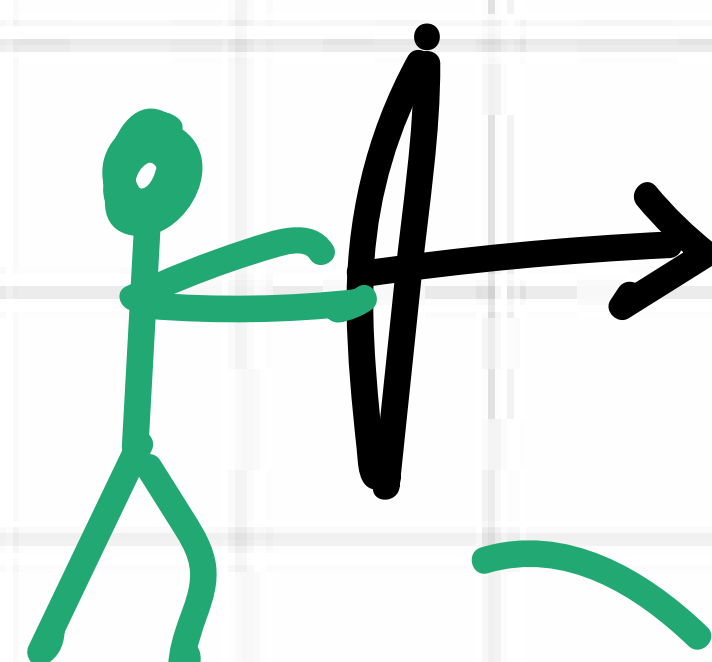
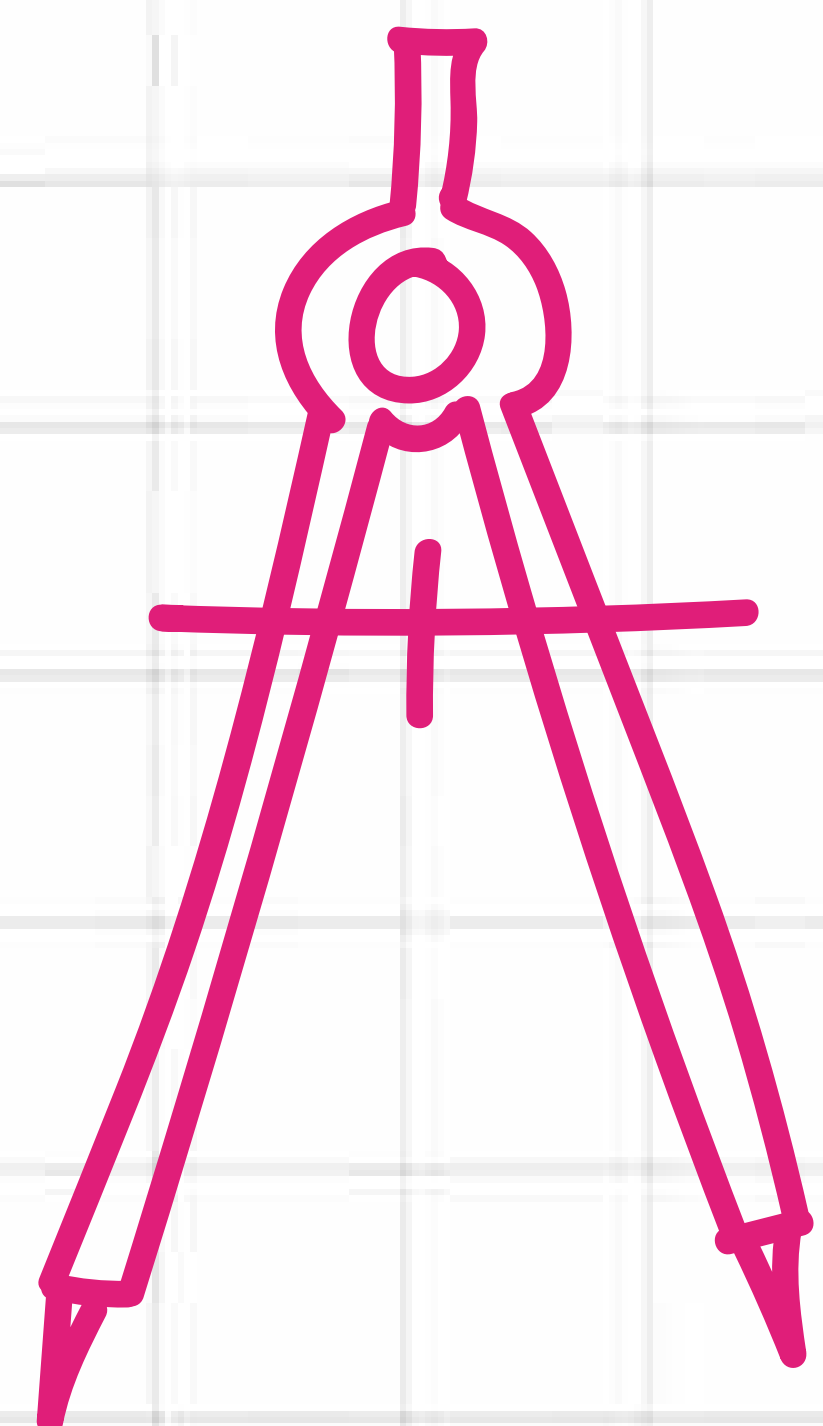
BISOGNI DEL MERCATO



TARGET

TRAGGIUNGERE

DEFINIRE



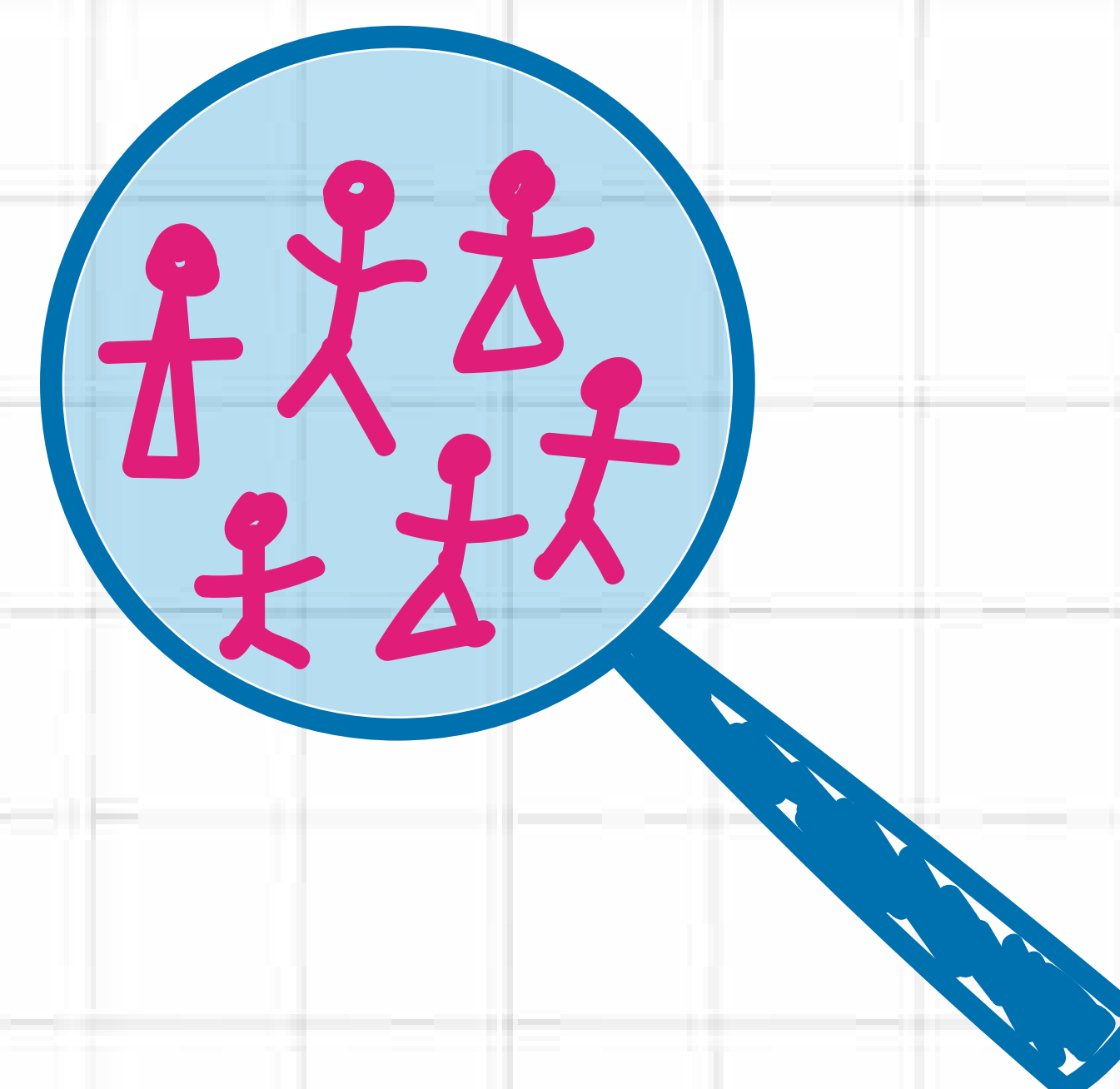
CREATIVITÀ

CONCORRENZA



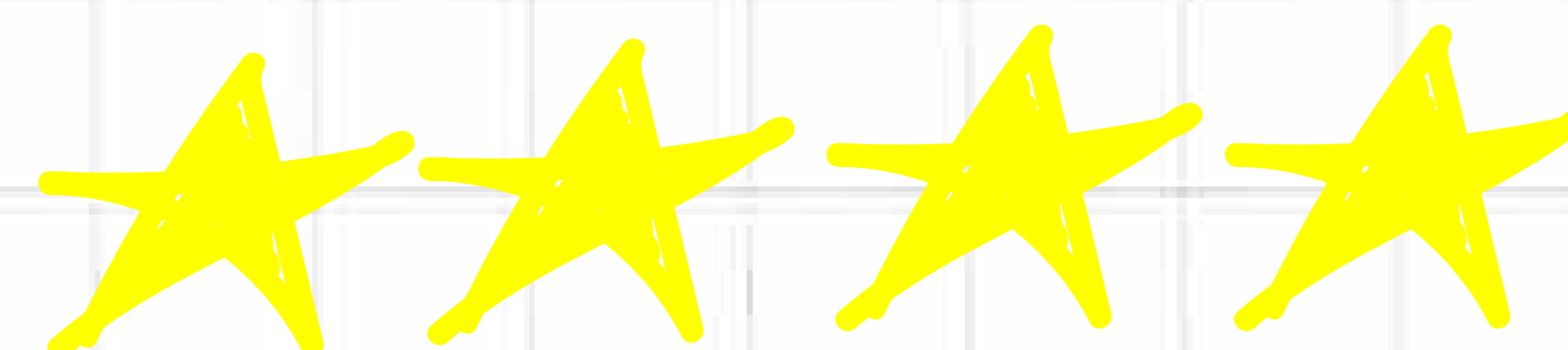
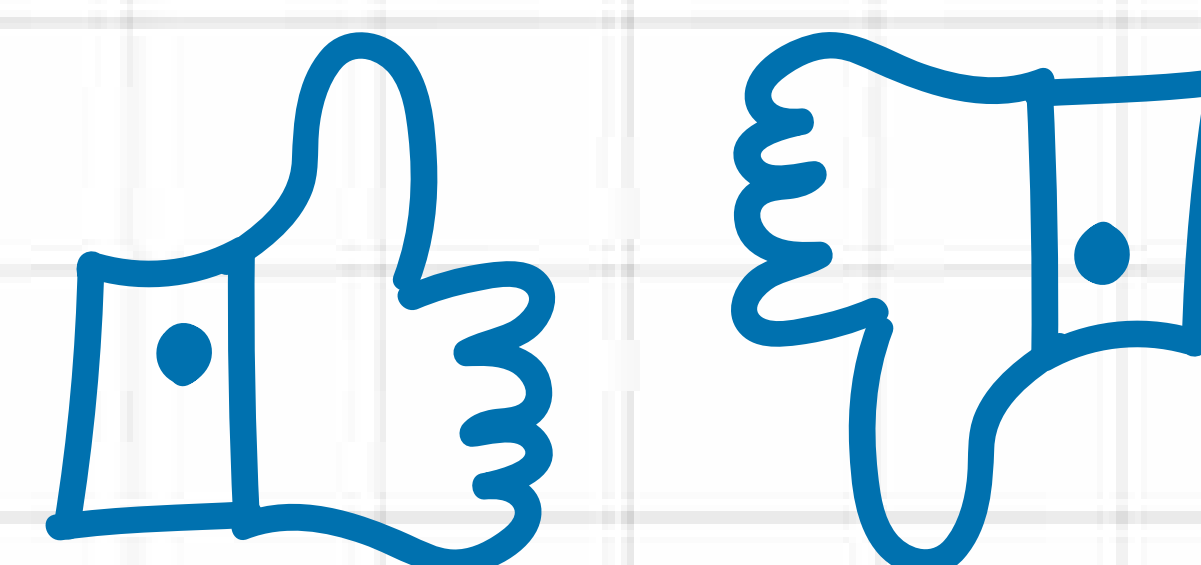
IL LEAN CANVAS CI INSEGNA CHE UNA BUONA
IDEA PUÒ DIVENTARE UN'IDEA DI BUSINESS
SOLO SE RIUSCIAMO A INDIVIDUARE I "BISOGNI
DEL MERCATO"

SEGUIRE



SE UN'IDEA IN PARTENZA NON TROVA RI-
SCONTI, NON VA ABBANDONATA. FORSE SI
STA SBAGLIANDO IL TARGET DI RIFERIMENTO
OPPURE È NECESSARIO APPORTARE PICCOLE
MODIFICHE.

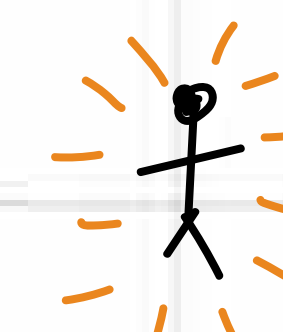
FEEDBACK



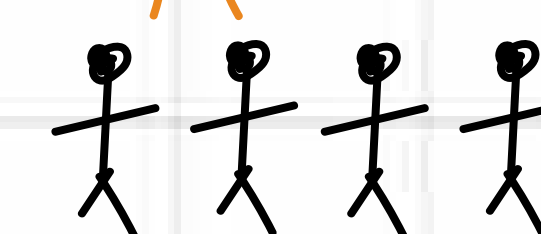
SEGMENTAZIONE

I "SEGMENTI DI MERCATO"
SONO QUEI SOTTOGRUPPI DI
POTENZIALE CLIENTELA CHE
HANNO UNA CARATTERISTICA
COMUNE.

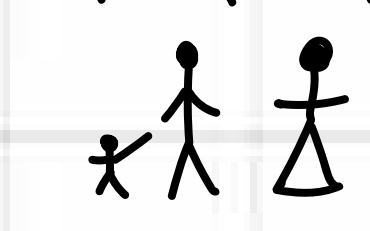
- MERCATO DI NICCHIA



- MERCATO DI MASSA



- MERCATO SEGMENTATO



- MERCATI DIVERSIFICATI



- MERCATO MULTI-SIDED

